



Styleguide



Partei der Humanisten • mail@parteiderhumanisten.de
Mainzer Straße 18 • 10247 Berlin • +49 30 857 624 70

Inhalt

2 - 11

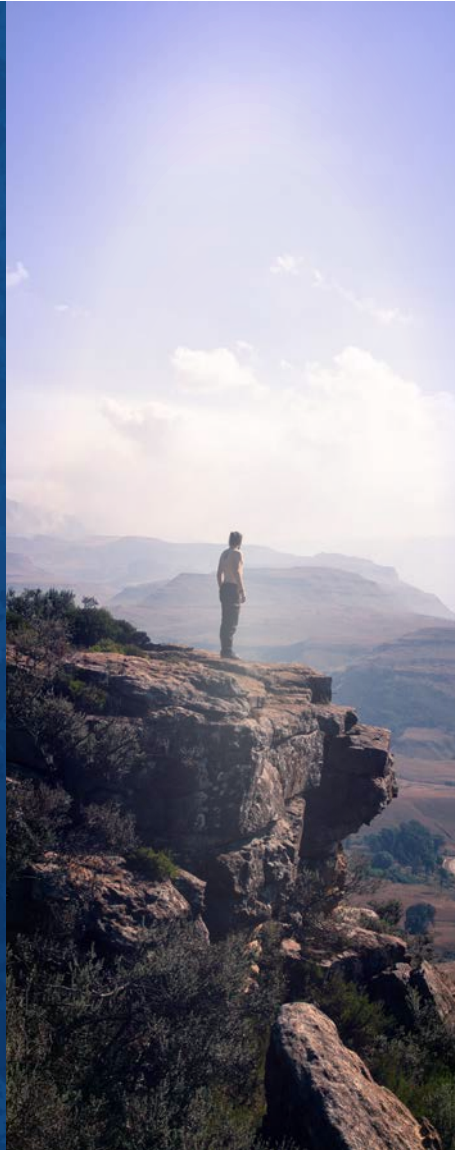
Strategie

Vorwort
Wer wir sind
Leitprinzipien & Ton

32 - 45

Methodik

Blocküberschriften
Unterstreichen
Bilder



12 - 29

Regelwerk

Das Logo
Die Farben
Die Schrift

46 - 61

Anhang

Links
Best Practices
Anwendungshilfen



Strategie

Vorwort

Ziel dieses Styleguides ist, die Ziele und Themen der Partei zu unterstreichen und gleichzeitig ein Regelwerk zu bieten, mit dessen Hilfe Inhalte und Visualisierungen ein einheitliches und ansprechendes Bild nach Außen geben.

Das Blau ist klar, aber nicht zu kühl. Es fungiert, durch die Gestaltung mit Verläufen, als Fokuselement. Das neu eingeführte gelb-grüne Chartreuse bringt Wärme und Kontrast mit sich und sorgt für den gezielten Blickfang.

Hiermit und durch den Einsatz eindrucksvoller Bilder soll das Menschliche, die Rationalität und der Zukunftsoptimismus in den grafischen Vordergrund gerückt werden.

Bestehen bleibt trotzdem vieles, womit wir uns bereits identifiziert haben. Hier soll das Neue nicht das Etablierte ersetzen, sondern, miteinander in Einklang gebracht, für visuelle Einheitlichkeit und Fokus stehen.



**Liberal.
Progressiv.
Rational.
Menschlich.**

Wir sind

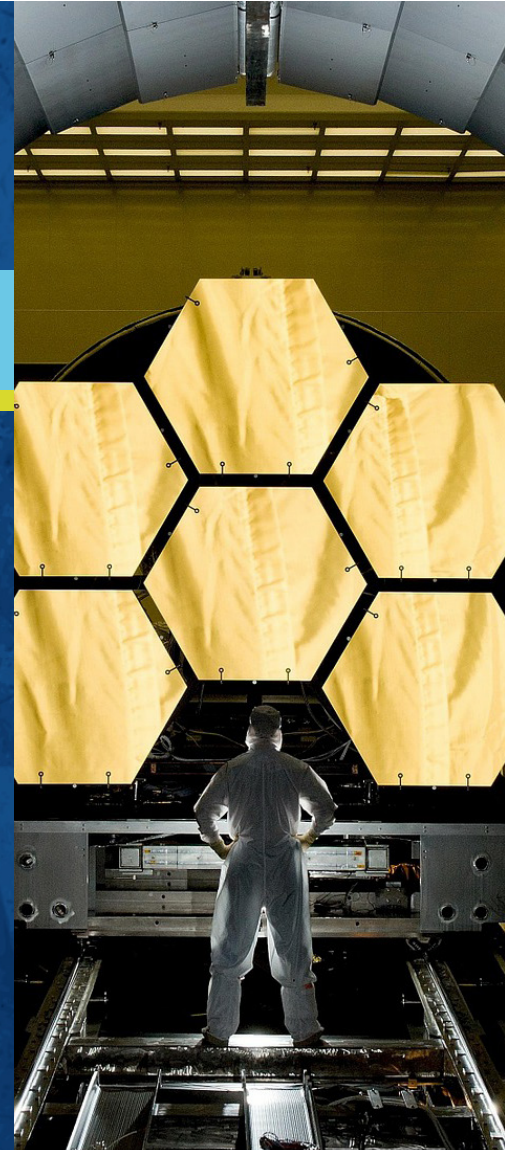
Leitprinzipien & Ton

“Wir sind neugierige Forscher und Pioniere, Weltverbesserer und Gestalter der unaufhaltsamen Veränderung.”

Wer wir sind

Der Mensch steht im Mittelpunkt unseres Strebens; getrieben vom rationalen Denkvermögen, das uns, als Menschen und Individuen, zu wissenschaftlichen Fortschritten und zu rationalen, sozialen Entscheidungen befähigt, die sowohl den Bedürfnisse des Einzelnen als auch der Gemeinschaft dienen.

Das ist der Kern unserer Identität, die uns aus den Wogen der Parteienlandschaft hervorstecken lässt, und so spiegelt sich dieser Gedanke in unserem visuellen Konzept wieder.



Wir stehen als progressive Partei für die Förderung von wissenschaftlichem Fortschritt und für sachlichen Diskurs. Wir streben nach Veränderung und Bewegung, die dem Wohle der Gemeinschaft dienen. Denn in der Anwendung von rationalem Wissen und Bildung sehen wir die optimale Entfaltung des menschlichen Potentials.

Dafür stehen wir



Fortschritt und Bildung.




Gleichberechtigung



Selbstbestimmung



Zukunftsoptimismus



Wir sind neugierig, wissensdurstig und wollen einer Zukunft in einer sozialen, humanistischen Gesellschaft entgegenstreben. Eine Gesellschaft die gemeinschaftlich geregelt wird und die sich durch kritisch-rationalem Denken und wissenschaftlich fundierten Auseinandersetzung

miteinander verwurzelt ist, und mit beiden Füßen fest am Boden der Realität steht. Unsere Zusammenarbeit ist geprägt von Aufrichtigkeit, Vertrauen, Zuverlässigkeit, Offenheit und der Bereitschaft einander auf Augenhöhe zu begegnen.

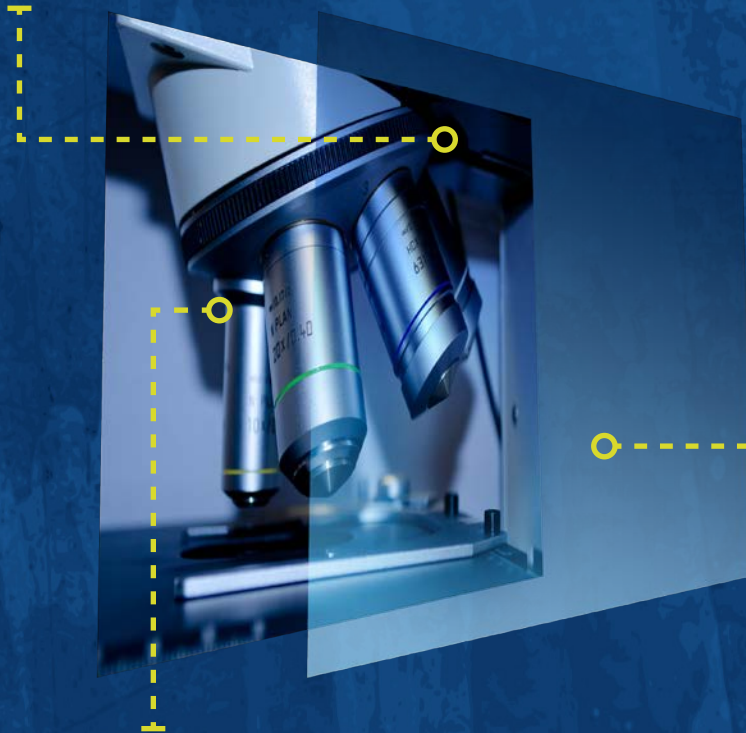
Regelwerk

Einführung in das visuelle Regelwerk und Spezifikationen
zu den einzelnen Elementen und deren Zusammenspiel

Die Gestaltungsbausteine

Botschaft

Logo



...sorgen für die **Einzigkeit**
des visuellen Auftritts

Farben

Bildsprache

Gestaltungselemente

Das Logo

Das Logo der Partei der Humanisten unterstreicht den Kerngedanken unserer Weltanschauung, mit Fokus auf den Menschen — und in Anlehnung an den mythologischen Prometheus, der den Menschen zu Wissen, Fortschritt und Zivilisation befähigte, indem er, in Auflehnung gegen den Göttervater Zeus, den Menschen das Feuer schenkte.





Schutzzone

Basisnutzung und Farbgebung

Diese Richtlinien sollen dazu dienen, das Logo stets so in Szene zu setzen, dass die Lesbarkeit und der Wiedererkennungswert von Figur und Wortmarke gewährleistet ist. Hierzu ist zwischen Figur und Schrift ein Mindestabstand zum Rand des gewählten Formats und anderen Elementen einzuhalten. Als Maßstab gilt die Höhe der kleinen Buchstaben im Wort 'Humanisten'.

Bei Größe und Platzierung dagegen sind der Kreativität keine weiteren Grenzen gesetzt. Lediglich das Medium bestimmt somit, unter Einhaltung der Schutzzone,

die maximale Größe des Logos. Jedoch sollte immer in Betracht gezogen werden, wie die Anwendung des Logos den Inhalt und den Ton beeinflusst.

Auf den folgenden Seiten werden die Variationen des Logos und die Regeln zur richtigen Anwendung dargestellt. Die digitalen Vorlagen der diversen Logo-Varianten und der parteieigenen Hintergrund-Textur werden im Anhang verlinkt.



Grundsätzlich gilt:

- Das Logo ist, soweit möglich, in seiner vollen Form zu verwenden.
- Das Logo soll stets ausreichend erkennbar und gut lesbar sein.
- Jegliche Verfremdung von Farbe, Form und Schriftfont soll unterlassen werden.

Zwei Logovarianten

Zur Verfügung gestellt werden grundsätzlich eine helle und eine dunkle Variation des Logos. Bevorzugt wird die markante Darstellung der hellen Variation des Logos auf dunkelblauem Strukturhintergrund.



Das Logo mit Zusatz

Der Bundes- und Landesverbandszusatz ist das einzige Element, das innerhalb der Grenzen der definierten Schutzzone erscheinen darf. Der Zusatz besteht aus einem Strich in der Farbe Chartreuse und den Namen des Verbands.

Anleitung

- Die Länge des Strichs ist identisch mit der Breite des vollständigen Logos und schließt links bündig mit dem unteren Strich des 'H'. Die Stärke richtet sich nach dem Kreis um die Figur. So passt der Zusatz optisch und proportional zum alleinstehenden Logo.
- Der Name des Verbands hat immer die gleiche Farbe wie das Wort 'Humanisten', also je nach Logovariante Weiß oder das Parteiblau.
- Die Schrifthöhe für den Zusatz ist so hoch wie die Kleinbuchstaben in der oberen Zeile der Wortmarke.



Das Logo in Schwarz-weiß ist ausschließlich für die Verwendung in farblosen Druckpublikationen vorgesehen.



Die Verwendung der allein-stehenden Bildmarke

Es gibt nur einzelne Ausnahmefällen in denen die Verwendung des Logos in seiner ursprünglichen Form nicht möglich, bzw. von Nachteil ist für die Publikation (z. B. Facebook-Werbeanzeigen). Nur in diesem Fall ist es erlaubt, die Bildmarke ohne Schriftzug zu verwenden. Hierbei wird der Kreis um die Figur bis zum rechten Fuß der Figur vervollständigt.



Die alleinstehende Wortmarke

In Ausnahmefällen darf die Wortmarke ohne die dazugehörige umkreiste Figur erscheinen. Hier handelt es sich um Fälle in denen keine Möglichkeit besteht das Logo in seiner vollständigen Form zu drucken oder platzieren. Die Schutzzzone bleibt weitestgehend unverändert.

Partei der
Humanisten

Erlaubt ist zudem auf Flaggen und Banner die Verwendung von Wort- und Bildmarke in alleinstehender Form direkt untereinander.

Gegen die Verwendung des angeschnittenen Kreises als Gestaltungselement spricht übrigens nichts. Der Kreis ist markant und kann als visuelles Echo des vollständigen Logos wirken, aber auch als gestalterisches oder fokussetzendes Element.

**Miteinander
vorwärts gehen,
statt einzeln zurück**



die Farben

Die Farben, die wir verwenden sind so aufeinander abgestimmt, dass sie in Kombination schon eine eigenen Wiedererkennungswert haben. Neu hinzugekommen ist das auffällige Chartreuse, das sofort ins Auge springt und für starken Kontrast sorgt.

Zusätzlich zu den Farben findet auch unsere dunkelblaue Textur

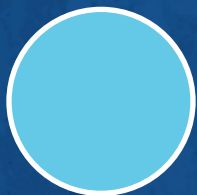
wiederkehrende Verwendung. Besonders unter dem Logo stellt diese eine unumstritten starke und klare Unterstreichung unserer visuellen Identität dar.

Im Anhang befinden sich Farbpalette und die dunkelblaue Textur in diversen Formatierungen.



Partei Blau

HEX #1E5886
RGB 30, 88, 134
CMYK 93, 60, 25, 8



Hellblau

HEX #6ac7e6
RGB 107, 200, 230
CMYK 58, 0, 8, 0



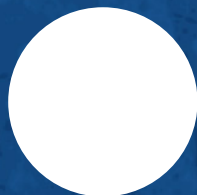
Chartreuse (Gelb-grün)

HEX #DDDD33
RGB 221, 221, 51
CMYK 20, 1, 86, 0



Mittelblau

HEX #367BB7
RGB 54, 123, 183
CMYK 82, 42, 6, 0



Weiß

HEX #FFFFFF
RGB 255, 255, 255
CMYK 0, 0, 0, 0



Textfarbe

HEX #434343
RGB 67, 67, 67
CMYK 67, 60, 59, 44

Die Schrift

Die Harabara Mais ist ausschließlich für die Wortmarke im Logo in seinen diversen Variationen, mit und ohne Figur, reserviert. In keinem Fall wird sie für anderweitige Zwecke angewandt.

Die Schrift unserer Botschaft ist die Avenir. Sie sticht mit ihrer Klarheit hervor und ist verständlich und fokussiert, in Übereinstimmung mit unseren Leitprinzipien.

Dennoch ist sie nicht starr, sondern offen, wohlgerundet und vermittelt ein beständiges und zugleich fließendes Schriftbild.

Verwendet werden im Schrift die zwei Fontvariationen, **Avenir Black** und Avenir Book.

Hinweise zum Herunterladen der genannten Schriften befinden sich im Anhang.

Avenir Black

Avenir Book

Avenir Black

Avenir Book

Überschriften und Fließtext

Wo es angebracht ist, begrüßen wir die Experimentierfreudigkeit. Mit einem Wechsel der Schriftvariationen oder Schriftgrößen innerhalb einer Zeile kann man einzelne Wörter hervorheben um die Botschaft zusätzlichen Gewicht zu verleihen. Das wirkt verspielt und dynamisch und ist zugleich ein Augenfang dort, wo

Text kurzgehalten wird und das Hervorstechen aus der Menge essentiell ist für die Aufgabe. (Beispiel: Social Media)

In Dokumenten und Artikeln, sowie vergleichbaren formalen Gelegenheiten, die einen seriösen Ton verlangen, ist auf klare Strukturen im Schriftbild zu achten.

Im Schriftbild verwenden wir weiß auf dunklem Grund und das für Text festgelegte Dunkelgrau auf hellem Grund. In wenigen Ausnahmen darf zur visuellen Abgrenzung oder Hervorhebung das Hellblau aus dem Logo für Schrift verwendet werden.



Empfohlener Größenunterschied zwischen Überschrift und Text: ca. 30%
Bsp.: Print Flyer

Verwendung von hellblauer Schrift im Print beim Impressum



Klare **Ansagen.**
Klare **Politik.**

Methodik

Blocküberschriften

Um bei Botschaften und Überschriften Highlights zu setzen, besonders dort, wo das Hervorstechen aus der Menge wichtig ist (Bsp: Social Media, Druckflyer), unterlegen wir diese mit Chartreuse und Hellblau in Kombination. Dabei gilt es immer die Leserlichkeit und die Umgebung des zu verwendenden Mediums zu beachten. Aus diesem Grund ist die Verwendung von Chartreuse als vordergründigen Block mit besonderer Vorsicht zu genießen. Bevorzugt werden soll das Hellblau als Vordergrundfarbe und Chartreuse im hinteren Block.

Der Überschriftenblock ist niemals gedreht, abgerundet oder schräg, sondern immer gradlinig und rechtwinklig in Form. Der Versatz und die Komposition geben die Richtung vor. Die Blöcke sollen immer links oder rechts zum Rand hinausragen aus dem gewählten Format. Wird mehr als ein Satz von Blöcken verwendet, sind diese immer vertikal versetzt anzuordnen. Das ist keine eingrenzende Regel, sondern bietet viele Gestaltungsmöglichkeiten, beispielsweise um mit dem Versatz eine Blickrichtung vorzugeben und Dynamik in der Komposition einzubringen oder einen Fokuspunkt im Bild oder im Hintergrund einzurahmen.

Der Text hält einen Abstand zum Rand der 20% der Höhe des Gesamtblocks beträgt



Links und rechts vom Text darf auch gern mehr Platz sein



Offset und Padding sind gleich breit

Anmerkungen:

- In den Blöcken wird ausschließlich die Textfarbe Weiß verwendet.
- Außer Text befindet sich nichts in den Blöcken.
- Im Print von Plakaten soll auf Chartreuse als Block-Vordergrundfarbe verzichtet werden, da hier besonders die schnelle Leserlichkeit wichtig ist.
- Der Textblock ist ausschließlich gradlinig und rechtwinklig in Form.

Anleitung:

Der Text wird auf dem Vordergrund-Block vertikal zentriert und der Abstand zwischen Text und Blockrand beträgt immer 20% der gesamten Blockhöhe bei einer Textzeile. Gemessen wird die gesamte Schriftbildhöhe (vom höchsten bis zum tiefsten Punkt der Schrift). Das Padding ist auch bei mehrzeiligen Überschriften einzuhalten. Der Abstand links und rechts zwischen Text und Blockrand ist dagegen flexibel, soll aber ebenfalls ein Mindestabstand von 20% einhalten.

Der Versatz zwischen vorderem und hinterem Textblock soll ebenfalls 20% der Höhe eines Blocks mit einer Zeile Text betragen. Beispiel: bei einer Blockhöhe von 100px, betragen Padding und Versatz jeweils 20px.

Fakten statt Fakes.
Ideen statt Ideologien.
Denken statt Dogmen.



Das unterstreichen wir

Der chartreuse Strich ist gewagt, ohne den Text in den Hintergrund zu stellen und wirkt zudem offen und klassisch. Verwendet wird er in längeren Texten, um zwischen Absätzen zu trennen, oder um einen Hauptgedanken gestalterisch zu unterstreichen.

Vertikal kann der Strich zudem benutzt werden, um Zitate zu markieren oder kurze Informationsblöcke hervorzuheben. Die Ausrichtung nach links

oder rechts ist hier der Kreativität überlassen, jedoch ist der Strich immer mit angemessenem Abstand zur Seite der Ausrichtung zu platzieren.

Eine klare, starke Deklaration macht mehr Eindruck als viele, die um die Aufmerksamkeit des Betrachters ringen. So empfiehlt es sich, den Strich nicht mehr als einmal pro Seite oder Publikation zu verwenden.



“Wir sind neugierige **Forscher** und **Pioniere**,
Weltverbesserer und **Gestalter** der
unaufhaltsamen Veränderung.”



Versalhöhe



Entsprechenden Abstand zwischen Strich und Text einhalten

Anmerkungen:

- Unterstrichen wird ausschließlich mit Chartreuse.
- Größe und Stärke des Strichs ist immer proportional, gemessen am dazugehörigen Text oder Textblock.
- Empfohlen wird, nicht mehr als einen Strich pro Seite zu verwenden.

Anleitung:

Der horizontale Strich schließt immer bündig links oder rechts mit dem Text bzw. der letzten Zeile des Textblocks ab. Die Stärke des Strichs soll immer ca. ein Viertel der Versalhöhe (die Höhe eines Großbuchstabens, gemessen von der Grundlinie) betragen.





Alle Augen auf...

das **gemeinsame Ziel.**

Bilder

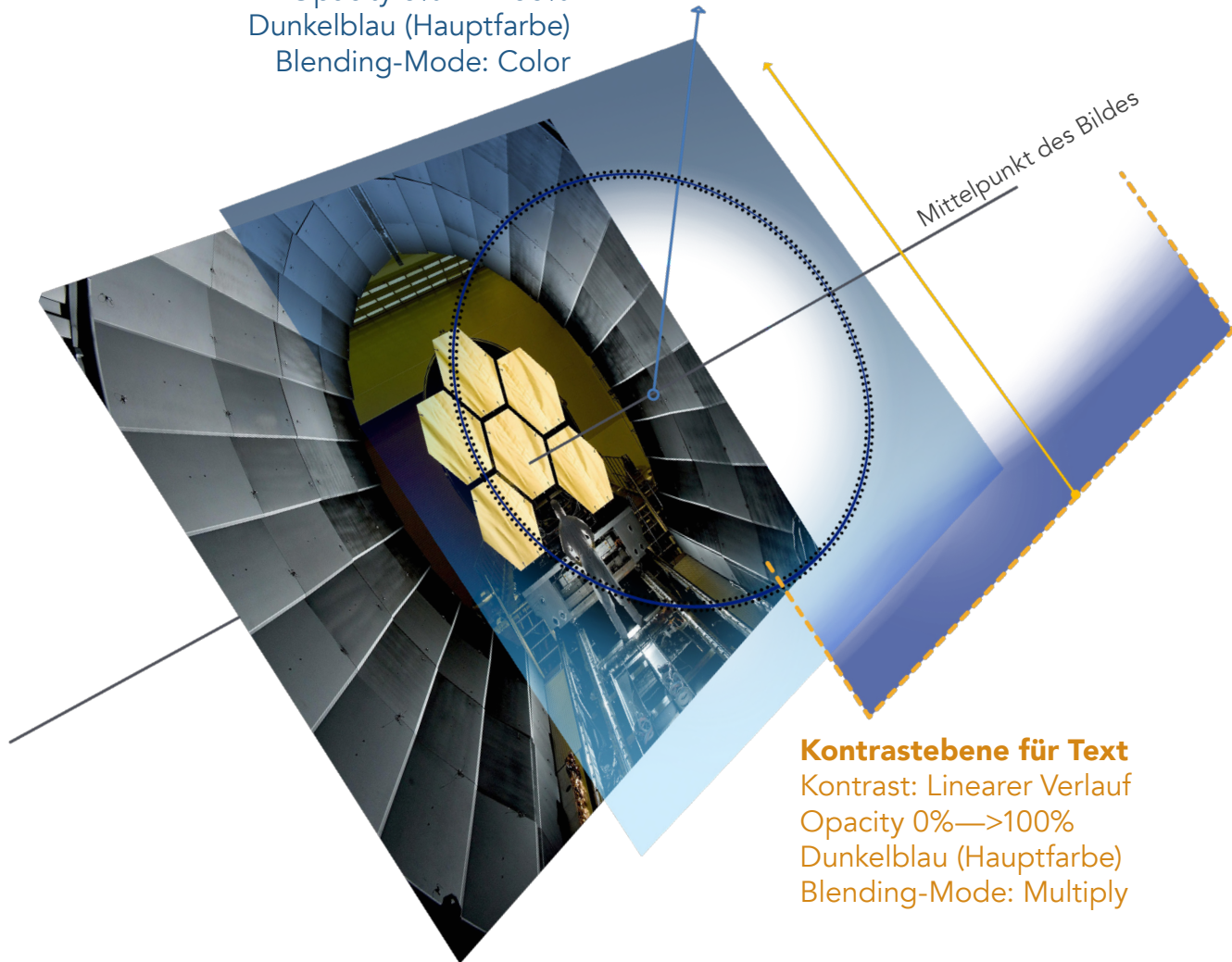
Ausdrucksstark.
Rational.
Zukunftsoptimistisch.
Menschennah.

Das sind die Kerngedanken die wir im Sinn behalten bei der Wahl der Bilder, zusätzlich natürlich zur Suche nach dem passenden Motiv zum aktuellen Fall. Die Wahl der Bilder ist selbstredend immer abhängig vom Medium und Botschaft, aber wir mögen es gerne episch, kontrastreich und dynamisch und sind bemüht das sowohl inhaltlich als auch grafisch zu zeigen.

Hinweise zu Bilderquellen die unter dem Creative Commons Licence agieren befinden sich im Anhang.

Fokus auf der Mitte des Bildes

Fokus: Radialer Verlauf
Opacity 0% —>100%
Dunkelblau (Hauptfarbe)
Blending-Mode: Color



Kontrastebene für Text

Kontrast: Linearer Verlauf
Opacity 0% —>100%
Dunkelblau (Hauptfarbe)
Blending-Mode: Multiply

Fokus setzen und Bildbearbeitung

Optisch kennzeichnend für unsere visuelle Identität sind die starken Kontraste, die wir zwischen Hintergrund und Text bilden.

Wir schauen in die Welt mit rationalem und fokussiertem Blick. Das klare Dunkelblau unserer Hauptfarbe unterstreicht diese Weltanschauung mit seiner Tiefgründigkeit. Es macht visuell einen starken und wiedererkennbaren Eindruck und dient zugleich, mit dem verwendeten radialen Verlauf, als schwerpunktsetzendes Element in der Gestaltung. So lenken wir strategisch den

Blick auf die zu sendende Botschaft und setzen den passenden grafischen Ton.

Trotz aller Methodik, ist die Handhabung mit Bildern keineswegs eine unbeugsame Auflage. Wir begrüßen hier die Kreativität, die mit dem richtigen Bild und greifende Sprache eine Publikation zusätzliche Vitalität einzuhauchen versteht. In diesem Sinne und zur Gewährleistung von angemessenem Textkontrast und Fokus, sind Platzierung und Anzahl, der sich überlagernden Filter- und Verlaufsebenen, der gestalterischen Kreativität freigegeben.



Die Probleme unserer Zeit mit den
Möglichkeiten unserer Zeit **angehen.**

Anmerkung:

- Der Basisfilter soll das Blau unserer Hauptfarbe zur Basis haben. In Einzelfällen steht das zusätzliche Mittelblau aus der Farbpalette zur Verfügung.
- Es ist keine Pflicht, jedes verwendete Bild mit dem blauen Verlauf oder Fläche zu versehen. Jedoch soll der Gesamteindruck jeder Publikation zum grafischen Stil der PdH passen.
- Das Hauptaugenmerk liegt ganz besonders auf der Klarheit und Leserlichkeit.
- Die verwendeten Bilder sollen thematisch passend ausgewählt werden, um die Botschaft zu betonen. Dabei sollen das Menschliche, die Rationalität und Zukunftsoptimismus als Kerngedanken möglichst gut untergebracht werden.

Im Anhang befindet sich eine detaillierte Beispielanleitung für die Bildbearbeitung.

Best Practices

Druckpublikationen



Aufkleber



Visitenkarten



Wahlplakat



**Weil Fortschritt
mit Neugier beginnt.**

Wissenschaft fördern!



WIR FORDERN

- Größere Finanzbudgets für Hochschulen und Forschungsinstitute
- Gesicherte Karriereperspektiven in der akademischen Forschung
- Freien Zugang zu öffentlich finanzierten Forschungsergebnissen für die Allgemeinheit
- Verstärkte Vermittlung wissenschaftlicher Methodik und Theorie in der Schule
- Keine gesetzlichen Kassenleistungen für Therapien ohne Wirkungsnachweis wie z.B. Homöopathie
- Aufhebung der Beschränkungen für Forschung an embryonalen Stammzellen

**Du bist für Fortschritt und neuen Pioniergeist?
Dann werde Mitglied und gestalte die Zukunft
mit uns!**

mehr erfahren unter
diehumanisten.de



Partei der Humanisten, mail@diehumanisten.de,
Mainzer Straße 18, 10247 Berlin, +49 30 857 624 70

Briefumschläge



Social Media

Beiträge





**Schule ist ein Ort
der Erkenntnisse,
nicht der Bekenntnisse**

**Hier klicken
für mehr**

Im Schuljahr 2016/17 waren in NRW von 2.812 öffentlichen Grundschulen 826 katholisch, 89 evangelisch, zwei jüdisch und eine mennonitisch. Von den 403 öffentlichen Hauptschulen waren 35 katholisch und 5 evangelisch. [1]
In 75 Kommunen gab es im Schuljahr 2012/13 ausschließlich konfessionelle Grundschulen. [2]

Viele Eltern haben so nicht einmal die Möglichkeit, ihr Kind auf eine nicht religiös gebundene Schule zu schicken. Dabei sind gerade die frühen Kinderjahre am prägendsten. Es ist die Pflicht des Staates, flächendeckend weltanschaulich-neutrale öffentliche Einrichtungen anzubieten, damit wirkliche Religionsfreiheit gewährleistet wird.



**Forderungen Kernthema:
Selbstbestimmung**

**Hier klicken
für mehr**

- Selbstbestimmtes Sterben durch Legalisierung der aktiven Sterbehilfe ermöglichen
- Legalisierung und Regulierung von Rauschmitteln statt Verbotspolitik und Kriminalisierung
- Selbstbestimmung durch ein bedingungsloses Grundeinkommen schaffen
- Verbot ritueller oder religiöser Beschneidungen bei Jungen
- Individuelle Freiheit als Ziel einer offenen, sozialen und fortschrittlichen Gesellschaft



**„In Vielfalt geeint“
geht nur in einer
Bundesrepublik Europa**

**Hier klicken
für mehr**

Die EU hat viele Probleme. Doch diese löst man nicht, in dem man der europäischen Gemeinschaft den Rücken kehrt. Man löst sie, in dem man die EU verbessert.

Wir setzen uns für mehr Gemeinsamkeit, Transparenz und Demokratie ein. Wir wollen die kulturelle Vielfalt der Regionen durch gemeinsame politische Normen und Rechtsgrundsätze erhalten und durch Subsidiarität stärken.

Diese gemeinsamen Regeln und Wertvorstellungen sind der Kitt, der Europa zusammenhält, es prosperieren lässt und nach außen hin schützt. Auf diesem Fundament wollen wir eine Bundesrepublik Europa errichten. Denn nur in einer föderalen Republik sind alle Bürger unabhängig von ihrer Identität geeint.

Event



Zitate





Klare **Ideen**, klare **Fakten**, klare **Politik**.



Wir wollen **miteinander
vorwärts gehen**,
statt einzeln zurück.

Anlage

Anleitungen

- Für die Erstellung eines Logos mit Landesverbandzusatz
- Beispiel Anleitung für Bildbearbeitung mit Fokus

Links

- Logo Dateien und Variationen
- Vorlagen für Print
- Vorlagen für Social Media & Web
- Farbpalette als Dokument und Textur Dateien
- Schriftfamilie Avenir

Bilderquellen:

für die Grafiksuche unter dem Creative Commons (CCO) Lizenz

<http://www.pixabay.com>

<https://stocksnap.io>

<https://unsplash.com>

Anleitung für die Erstellung eines Logos mit Landesverbandszusatz

- 1) Beginne mit dem Basislogo in der gewünschten Größe.
- 2) Auf einer neuen Ebene im Bildbearbeitungsprogramm, ziehe einen Strich in der Farbe Chartreuse, der genauso breit ist wie das vollständige Logo.



Auswählen & Verschieben



Rechteck-Werkzeug



Farbe Einstellen

3) Platziere den Strich so, dass er mit dem linken Strich des 'H' und der inneren Oberkante des Kreises auf gleicher Höhe ist. (siehe Diagramm.)

(Hierdurch wird das Logo mit Zusatz tatsächlich breiter als das Basislogo.)

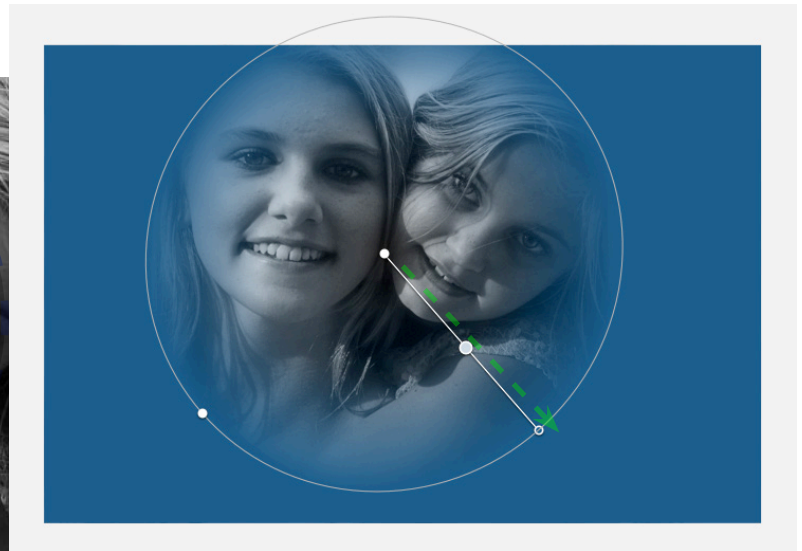


4) Erstelle eine Textebene in **Avenir Black** und richte sie linksbündig aus. Für die Schriftgröße richtet man sich am besten am kleinen Buchstaben im oberen Teil der Wortmarke. So ist der Zusatz immer proportional zum Logo. Platziert wird der Name exakt unter und am Ende des Strichs.

Beispiel Anleitung für Bildbearbeitung mit Fokus

- 1) Öffne das gewählte Motiv im Bildbearbeitungsprogramm oder füge es in einer der bereitgestellten Vorlagen ein und skaliere es auf die passende Größe.
- 2) Wähle den passenden Fokuspunkt im Bild so, dass er die geplante Botschaft am besten unterstreicht.

Den Fokuspunkt des Bildes wählen



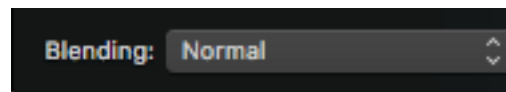
Den Radius für den Verlauf auf
eine neue Ebene ziehen

3) Erstelle eine neue Ebene und lege sie über das Bild. Fülle die neue Ebene mit dem Dunkelblau aus der Farbpalette.

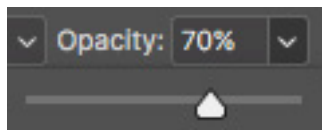
4) Je nach Bearbeitungsprogramm ist das Ausrichten eines Verlaufs ein wenig anders. Prinzipiell gilt es die farbige Ebene über dem Fokuspunkt durchsichtig zu lassen und den Rest des Bildes in den Hintergrund treten zu lassen, indem es dort von halbtransparenter Farbe überlagert wird.

Mit dem Verlaufswerkzeug zieht man den Radius des Kreises für den Verlauf vom gewählten Mittelpunkt weg, bis hin zu dem Punkt, an dem die Farbe überlagern darf.

5) Anschließend passt man den Blendmodus oder die Deckkraft der Ebene an bis das gewünschte Ergebnis erreicht ist.

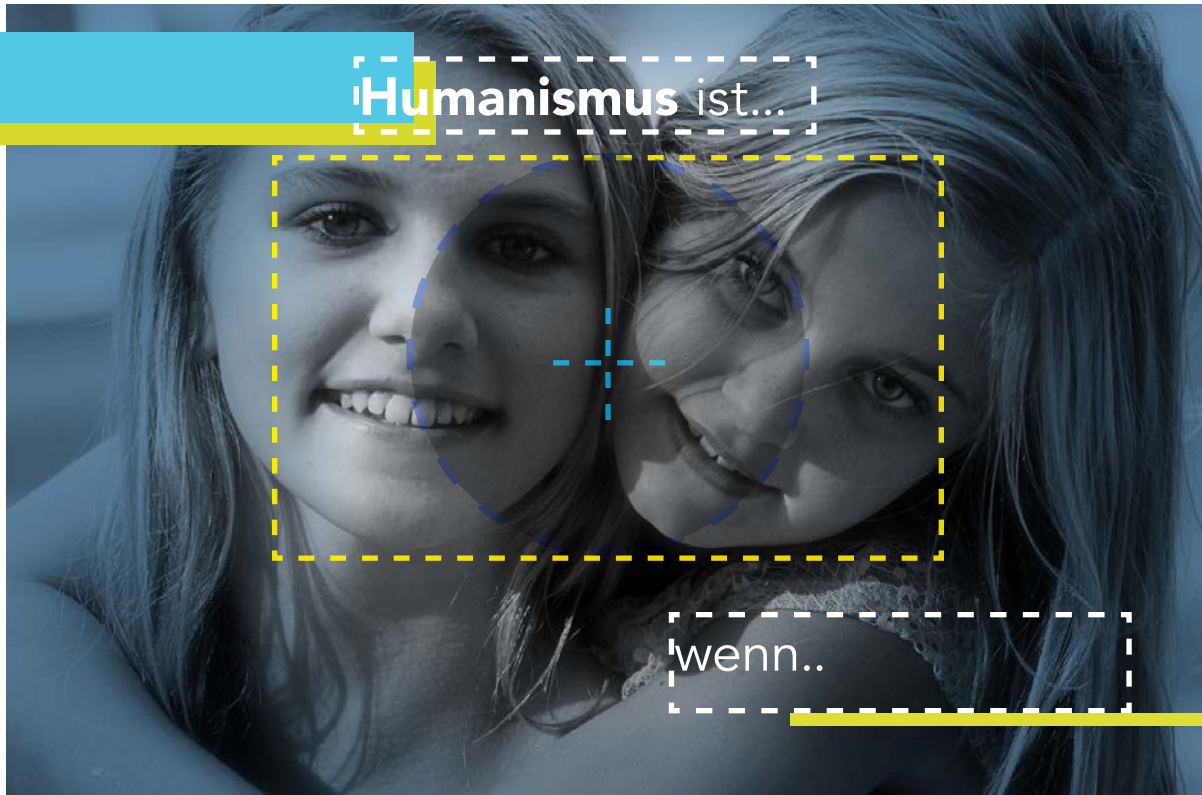


Blending Modus / Füllmethoden



Deckkraft / Opacity





6) Danach gilt es nur noch, die dazugehörige Botschaft so zu platzieren, dass sie den Fokuspunkt umrahmt und so ein stimmiges Ergebnis erzielt.

Wenn das Bild sehr hell ist, kann möglicherweise eine zusätzliche Ebene für Kontrast nötig sein, damit sich der Text ausreichen vom Hintergrund abheben kann, um die Leserlichkeit zu gewährleisten.

A close-up photograph of two young women with long, light-colored hair. They are both smiling warmly at the camera. The woman on the left is slightly in front of the woman on the right, and they appear to be embracing. The background is a soft, out-of-focus blue. A bright yellow horizontal bar is positioned behind the text at the top left.

Humanismus ist...

wenn **der Mensch**
im **Mittelpunkt** steht.



Partei der Humanisten • mail@parteiderhumanisten.de
Mainzer Straße 18 • 10247 Berlin • +49 30 857 624 70